

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA BIRO TRANSPORTASI TRAVEL Studi Kasus Pada Perusahaan Travel Mawar Biru Cilacap**

**Yustina Wahyu Susanti  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2008**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa yang diberikan travel Mawar Biru dan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan harga, fasilitas, kenyamanan dan ketepatan waktu dilihat dari jenis kelamin dan tingkat pendapatan.

Penelitian ini berupa studi kasus pada Perusahaan Travel Mawar Biru Cilacap. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan angket kuesioner untuk 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa yang travel Mawar Biru menggunakan analisis indek kepuasan konsumen (IKP) dan untuk melihat perbedaan tingkat kepuasan konsumen digunakan metode uji t dan analisis varian satu jalan.

Berdasarkan hasil analisis indek kepuasan konsumen diketahui bahwa konsumen puas. Sedangkan dari hasil analisis uji t dan analisis varian satu jalan menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendapatan.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF CONSUMER'S SATISFACTION LEVEL TO THE TRANSPORTATION SERVICE Case Study in Mawar Biru Travel on Perintis Kemerdekaan Street Cilacap**

**Yustina Wahyu Susanti  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2008**

This research aims to measure consumer's satisfaction level towards Mawar Biru service and to know the difference consumer's satisfaction level towards price, facilities, comfort, and punctually based on gender and income level.

The research was a case study in Mawar Biru Travel Cilacap. The methods used collecting data were interview and questionnaire distributed to 100 respondents picked under Purposive Sampling. Data analysis techniques used were index of consumer's satisfaction (IKP), t-test and one way Anova.

Based on the consumer's satisfaction index analysis, it was identity that respondents were satisfied. Whereas, t-test and one way Anova showed that consumer's satisfaction differ based on gender and income level.